

Juan Fernando
Carpio
Pablo
Lucio Paredes
Sebastian
Oleas
Wilson
Pérez
Pedro
Romero

KOYUNTURA

Para cualquier comentario sobre el Boletín KOYUNTURA y otras actividades del Instituto de Economía, favor comunicarse a pabloluc@uio.satnet.net

La Economía del Deporte y los Derechos de Televisión en el Fútbol Ecuatoriano

Luis C. Roggiero
lcroggiero@gmail.com

Pablo Lucio Paredes – Director del Instituto de Economía USFQ
pabloluc@uio.satnet.net

Introducción

Uno de los objetivos de la economía del deporte es contribuir a la reflexión para que la oferta deportiva se estructure de tal forma que permita atraer mayores recursos y más clientes, que son cada vez más exigentes porque el deporte compite con una creciente oferta de actividades de entretenimiento. Es así como la televisación de los eventos deportivos se ha convertido en una de las principales áreas de estudio, ya que afecta a los ingresos de los equipos, y con ello la calidad del producto ofrecido por las ligas de fútbol. De ahí, la reciente propuesta para la venta conjunta de los derechos de transmisión de los equipos del Campeonato Ecuatoriano de Fútbol que ha generado un debate entre los diferentes actores involucrados en este deporte.

Deporte y Economía

La relación entre el deporte y la economía se fundamenta en tres aspectos: la toma de decisiones económicas involucradas en el deporte, los arreglos institucionales en los que se producen y coordinan estas decisiones, y el aspecto material del deporte, es decir los bienes y servicios deportivos que se producen y consumen y los factores de producción que se utilizan¹ (el deporte emplea mano de obra, utiliza capital, y genera y comercializa productos).

Los bienes que se ofertan y se demandan en el mercado deportivo, pueden ser de carácter activo o pasivo. Los primeros involucran una participación directa de los consumidores, por ejemplo la de los socios de los clubes deportivos; mientras los otros involucran una participación indirecta, por ejemplo la de los aficionados que asisten a ver partidos con fines de entretenimiento; es decir, el deporte-espectáculo. Dentro de la rama de la economía que se concentra en el deporte-espectáculo, los deportes practicados por equipos profesionales son la principal área de estudio, ya que permiten medir la productividad de los empleados con mayor facilidad que en otras industrias; y porque las ligas están involucradas en comportamientos que en una industria convencional son contrarias a la competencia, y que por lo tanto plantean importantes cuestiones sobre política de competencia.

Marco Teórico

El estudio de la economía de los deportes profesionales en equipo se inicia con los artículos de Rottemberg (1956) y Nea-

le (1964) sobre la estructura de mercado de los deportes norteamericanos, y el escrito por Sloane (1971) sobre la estructura del fútbol inglés. Esta rama de la economía cada vez cobra mayor importancia debido al incremento de la oferta y la demanda deportiva², ligado a factores como como el crecimiento de los ingresos de los clubes, el aumento de los salarios de los jugadores a raíz de su libre movilidad y los desafíos financieros que enfrentan los equipos.

Rottemberg (1956) destaca que la competencia entre equipos es diferente que la competencia entre empresas en otras industrias, por tres razones. **Primero**, porque el nivel de producción se mide por la cantidad de espectadores que asisten a un encuentro (ya que el producto en sí mismo no se puede medir directamente y la cantidad de partidos está fijada por el tipo de campeonato de cada país, y no por el consumidor-espectador). **Segundo**, porque se necesita dos empresas (equipos) para producir un mismo producto (un partido). **Tercero**, porque el balance competitivo es uno de los principales determinantes de la demanda del deporte profesional-espectáculo, es decir, la incertidumbre sobre el resultado final de un partido influye significativamente sobre la disponibilidad al pago de los espectadores.

Neale (1964) concuerda con Rottemberg en que para producir un partido es necesaria la cooperación entre equipos. Plantea que a diferencia de otras industrias, una posición monopólica no es la ideal para los equipos, ya que sin rivales no se puede atraer aficionados, y por ende no se puede generar ingresos. Por tanto, concluye que en el deporte profesional, la liga en su conjunto equivale a lo que la teoría económica define como empresa, es decir, la liga es la unidad básica que toma decisiones. En consecuencia, sostiene que en el deporte profesional la competencia empresarial se da entre ligas, pero que estas tienen características de monopolios naturales, ya que dos ligas de un mismo deporte difícilmente podrán convivir simultáneamente en un solo mercado: las ligas de un mismo deporte tienen que juntarse para crear monopolios o de lo contrario una de ellas quiebra, además que para poder otorgar el título de campeón absoluto no pueden existir dos ligas paralelas (en los EEUU existe una sola liga que se divide artificialmente en dos grupos para evitar los conflictos legales de monopolización).

Sloane (1971) concuerda con que en el fútbol profesional, al

¹ Heinemann (1998: 11)

² Avgerinou (2007).

igual que lo propuesto por Rottemberg (1954) y Neale (1964), se necesita que dos equipos actúen en conjunto a fin de generar un producto comercializable, y que a los clubes les conviene que sus competidores sean lo suficientemente exitosos a fin de atraer más espectadores. Sin embargo, Sloane cree que Neale sobredimensiona la interdependencia mutua de los equipos, ya que él no considera que las ligas encajan dentro de la definición de una empresa, más bien se debe distinguir la competencia deportiva de la económica. Si bien a nivel económico la competencia de equipos está limitada porque los clubes dependen unos de otros para poder producir partidos atractivos, a nivel deportivo, mientras mayor competencia existe más atractivos son los partidos. Por tanto, Sloane más bien sostiene que la estructura de mercado de las ligas de fútbol se asemeja a las de los carteles, ya que la mayor parte de decisiones económicas recaen sobre los equipos, mientras que las decisiones organizativas dependen de la liga, y tienen por objetivo velar por los intereses de los clubes.

Evolución de la TV en el fútbol

La televisión revolucionó el fútbol. Previo a los años ochenta, la televisión se emitía en señal abierta, la mayoría de canales eran estatales, y los clubes europeos se oponían a que se transmitieran sus partidos de liga. Esta oposición se daba a pesar del potencial comercial que demostró tener, el fútbol a raíz de la gran audiencia que generó la transmisión televisiva de los mundiales de fútbol desde 1954. El principal temor de los clubes era perder sus ingresos de taquilla, bajo el supuesto de que los aficionados preferirían ver los partidos por televisión en lugar de asistir al estadio. Sin embargo, el panorama cambió con la aparición de canales y proveedores de televisión privados, producto de la desregularización y privatización de la televisión en los años ochenta, que entraron a competir para adquirir los derechos de transmisión de las ligas, puesto que el fútbol les permitía atraer más suscriptores y generar mayores ingresos por venta de publicidad.

En el fútbol inglés, los derechos de transmisión de la liga se vendieron en forma colectiva desde un inicio, y los ingresos se repartieron en partes iguales entre los 92 equipos que conforman las cuatro divisiones profesionales. Los equipos de las ligas alemana, española, francesa e italiana también siguieron los mismos pasos. Sin embargo, tras ver el potencial de la televisión, los grandes clubes presionaron para recibir una mayor proporción de los ingresos generados. En Inglaterra se creó la Premier League en 1992 con el objetivo de que los veinte equipos de la primera división no compartan sus ingresos de televisión con el resto de clubes, y negoció la exclusividad de sus derechos de transmisión con el operador de televisión satelital por suscripción, BSkyB.

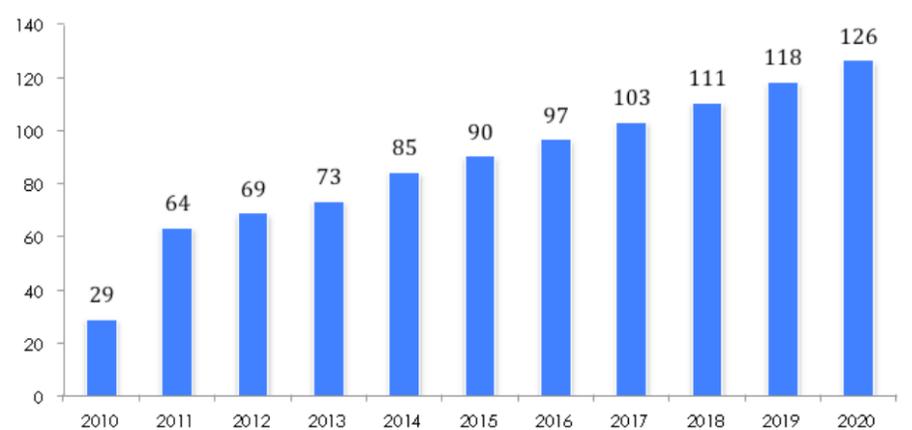
Los crecientes ingresos generados por los derechos de televisión rápidamente atrajeron la atención de las autoridades antimonopolio europeas. Para ese entonces, en Estados Unidos ya existía jurisprudencia sobre el tema. Las autoridades antimonopolio americanas consideraban que las ligas eran carteles conformados por clubes, con poder monopólico por no tener sustitutos cercanos, y sujetos a mayor tolerancia, ya que a los equipos no les interesaba que sus rivales deportivos quiebren. Por tanto, en lugar de asumir que los carteles deportivos limitaban la competencia en perjuicio del consumidor, asumieron que les beneficiaban. De acuerdo al razonamiento de las autoridades americanas, el incremento de los ingresos por la venta colectiva de los derechos de televisión garantizaba que las ligas se mantengan financieramente viables, ya que bajo esa modalidad de comercialización el poder de negociación de los equipos era mayor³.

En Europa, los criterios variaron por país. En Alemania e Inglaterra se permitió que los clubes negocien en conjunto sus derechos de televisión. A la Bundesliga incluso se le permitió asumir los derechos de televisión de los equipos que participaban en copas internacionales. Por su parte, en España, Italia y Holanda se prohibió la venta colectiva. El principal objetivo de las autoridades era evitar que los proveedores de televisión dueños de los derechos de transmisión se convirtieran en monopolios, ya que en Europa el fútbol es el único deporte capaz de incrementar significativamente el número de suscriptores.

Actualmente las ligas de fútbol a nivel mundial tienden a vender colectivamente sus derechos de televisión, porque así las ligas obtienen mayor poder de mercado y por ende mayores ingresos, y porque los equipos pequeños buscan una repartición más equilibrada de los recursos. Varias ligas inclusive tienen o están en planes de tener su propio canal para así ejercer mayor control sobre esta fuentes de ingreso. En los últimos tres años, Italia y Grecia migraron hacia una modalidad de venta colectiva. Así, España y Portugal son los únicos países europeos en que los clubes todavía negocian sus derechos individualmente. Es por esto que la liga española, a pesar de contar con la selección campeona del mundo y equipos de la jerarquía del Barcelona y el Real Madrid, recibe aproximadamente 600 millones de euros menos que la liga Inglesa por sus derechos de transmisión.

A nivel sudamericano, los equipos de las ligas de Uruguay, Paraguay, Bolivia Chile, Colombia y Argentina comercializan sus derechos en conjunto, mientras que en Brasil y Perú lo hacen individualmente. En Chile, desde el 2003 los equipos transmiten y comercializan los derechos de televisión de sus partidos a través de su propio canal pague por ver. El Canal del Fútbol Chileno (CDF) garantiza un ingreso anual mínimo a los equipos, y además a partir del 2011 les reparte utilidades, que se estima seguirán en aumento gracias a un crecimiento de 10% anual del número de abonados. La Asociación de Fútbol Argentino (AFA), comercializa los derechos de televisión del fútbol de ese país desde 1985. En 2009, la AFA rescindió su contrato con el canal privado dueño de los derechos de transmisión, para adjudicárselo a un canal estatal, casi triplicando el valor previamente recibido (ahí hay un caso de interferencia política peligrosa). Brasil es un caso atípico. Los clubes negociaban sus derechos a través de una agrupación llamada "Clube dos 13", integrada por los veinte equipos más populares del país, y ajena al ente rector del fútbol, la Confederación Brasileña de Fútbol (CBF). Sin embargo, a partir del 2011 algunos de los clubes más importantes, tales como el Corinthians, decidieron negociar independientemente, ya que no estaban de acuerdo con la modalidad de distribución de ingresos dentro del contrato colectivo.

Gráfico No. 1 Proyección Utilidad Bruta CDF Chile (USD Millones)



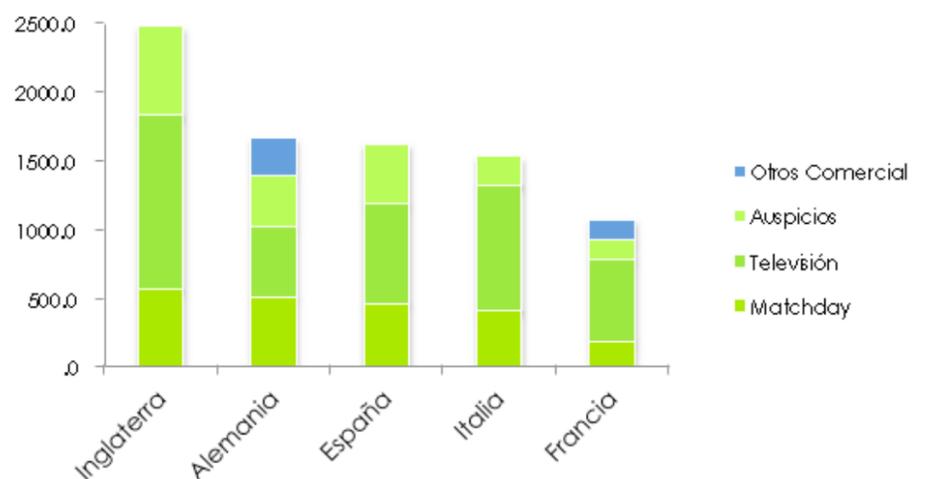
Fuente: PriceWaterHouseCooper-América Economía.

Elaboración: Autores

Consecuencias de la TV en el fútbol

La venta de los derechos de televisión modificó notablemente la estructura de los ingresos de los equipos. De acuerdo con la publicación Football Finance 2011 de la Deloitte, en tres de las cinco grandes ligas de fútbol europeo, los ingresos por televisión representan más del 50% del total de ingresos de los equipos.

Gráfico No. 2 Estructura de los Ingresos de las Principales Ligas Europeas

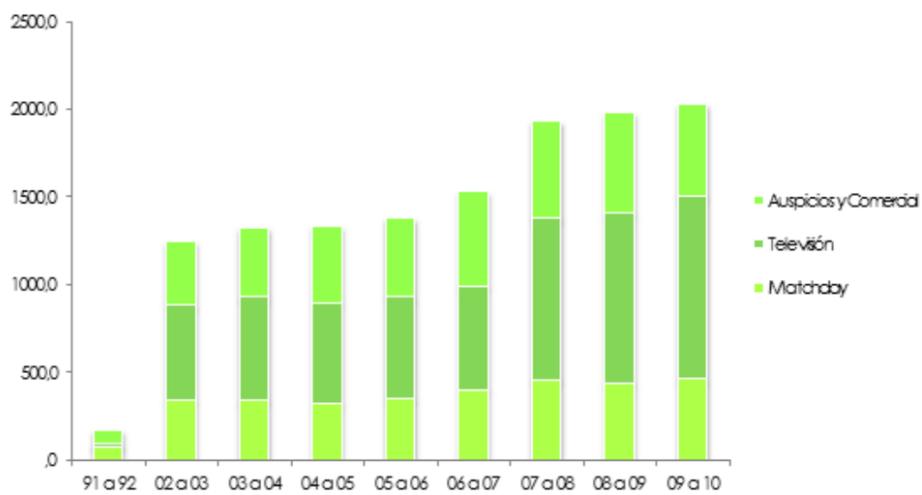


Fuente: Deloitte Football Finance 2011

Por ejemplo, en el caso Inglés, los ingresos por televisión pasaron de £15 millones, equivalente al 9% del total de ingresos en 1991, a £1.040 millones (51% del total de los ingresos) en el 2010, una tasa anual de crecimiento del 27%. Además, la televisión permitió que los clubes generen mayores ingresos a través de la venta de publicidad en sus uniformes y en los estadios, incrementando sus ventas totales de £170 millones en 1991, a £2.030 millones en 2010.

³ Szymanski y Zimbalist (2005).

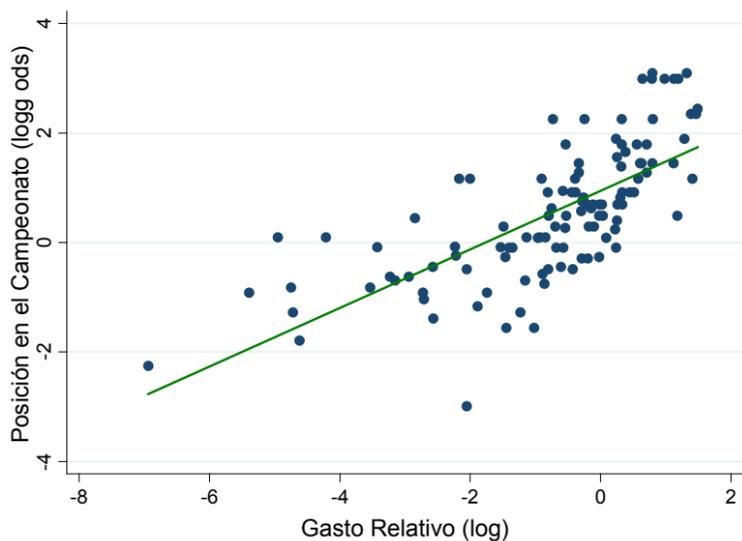
Gráfico No. 3 Evolución de los Ingresos del Fútbol Inglés por Tipo de Fuente



Fuente: Deloitte Football Finance 2011

La televisión también contribuyó al incremento de los sueldos y valores de los traspaso de los jugadores, y además afectó el balance competitivo de las ligas. En la industria del fútbol, el principal determinante del éxito deportivo de los equipos es la calidad de sus jugadores, reflejado por el nivel de gasto en sueldos. Este nexo se debe a que en el mercado laboral de futbolistas, el talento es escaso, no existen restricciones sobre los sueldos, y los jugadores sin contrato gozan de libre movilidad⁴. Por lo tanto, los equipos tienen que superar las ofertas de sus rivales a fin de poder contratar a los mejores futbolistas. Los ingresos adicionales generados por la televisión permitieron que los equipos ofrezcan mayores sueldos, produciendo así un proceso inflacionario.

Gráfico No.4 Relación entre el Desempeño Deportivo y el Gasto en Sueldos de los Equipos Ecuatorianos de Fútbol entre los años 2002 y 2010



Fuente: Roggiero (2012)

Generalmente los equipos más exitosos y con más hinchada recibieron una mayor proporción de los ingresos de la televisión, aumentando la brecha con los equipos pequeños, y la distribución de talentos entre equipos se volvió aun más desigual, reduciendo el balance competitivo de las ligas y concentrando los títulos en manos de unos pocos equipos. Por ejemplo en Inglaterra, a partir de la creación de la *Premier League*, el Manchester United, el Arsenal y el Chelsea ganaron el 95% de los títulos disputados, mientras que en el período entre 1949 y 1968, los títulos se repartieron entre once equipos. En España, el Valencia en el 2003 fue el último equipo en ganar la liga, que no fueran el Barcelona o el Real Madrid. También es cierto que los equipos exitosos en realidad trasladan una parte de su estrategia hacia la arena internacional más competitiva (despreocupándose del equilibrio competitivo interno) porque así aumentan sus ingresos directos e indirectos (viajes en el verano al Asia por ejemplo). En EEUU la situación es diferente porque hay una gran regulación para generar mayor equilibrio competitivo: topes salariales, negociaciones colectivas, no hay descenso, sistema de escoger a los jóvenes talentos que favorece a los equipos con peores resultados y, efectivamente, según cita Pablo Lucio Paredes (2006), hay una menor concentración de ganadores en los torneos:

Tabla No.1 Número de Equipos Diferentes entre los Cinco Primeros

BASEBALL	FUTBOL AMERICANO	HOCKEY	UK	ITALIA	ALEMANIA	ESPAÑA
23	26	18	16	12	15	16

Fuente: citado por Lucio Paredes (2006)

La reducción del balance competitivo preocupa, ya que la incertidumbre sobre el resultado es considerada uno de las principales determinantes de la calidad de los partidos, y por ende de la demanda de los aficionados. Sin embargo, existe evidencia de que la disminución en el balance competitivo no necesariamente reduce el interés de los aficionados. Estudios muestran que los aficionados disfrutaban también de las ligas poco balanceadas, por las siguientes razones: prefieren ver a sus equipos golear, no les gustan las secuencias interminables de victorias y derrotas, a los aficionados de los equipos chicos les gusta recibir la visita de equipos "grandes" aunque aumente la probabilidad de que su equipo sea derrotado, y no sólo les atrae la lucha por el campeonato, sino también las disputas para evitar el descenso o para clasificar a copas internacionales. Además, dado que los grandes equipos son los que más hinchada tienen, sus victorias le generan satisfacción a una mayor proporción de la población (en algunos países uno es incha de su equipo y además de uno de los grandes). Los equipos dominantes incluso atraen el interés de sus rivales, ya que quieren verles caer⁵. Como bien señala Sloane (1971), la incertidumbre sobre la continuidad de la racha ganadora de un equipo también puede ser un atractivo para los aficionados.

Implicaciones para el caso ecuatoriano

En el fútbol ecuatoriano cada equipo tiene autonomía sobre decisiones económicas, como por ejemplo qué jugadores o entrenadores contratar, sin embargo los doce equipos que forman la primera división tienen que actuar en conjunto a fin de producir y vender el campeonato nacional de fútbol, y lo hacen a través de la FEF que fija las reglas bajo las que pueden actuar, y pretende reflejar su interés común. Además, el campeonato nacional no tiene substitutes cercanos, ya que la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA), ente rector del fútbol mundial, sólo reconoce a una asociación por país. Así, el campeonato se comercializa bajo una estructura de mercado semejante a la de un cartel.

Bajo esta premisa, se puede justificar la propuesta de la FEF para la venta conjunta de los derechos de televisión de los equipos, ya que les otorgaría un mayor poder de negociación frente a los posibles compradores. De esta manera, los ingresos de los equipos podrían superar los aproximadamente USD 12 millones que reciben en la actualidad, garantizando, en beneficio de los aficionados, una fuente adicional de recursos. El éxito de la venta conjunta de los derechos de televisión va a depender de tres factores. **Por un lado**, de la transparencia con la que se maneje el proceso de adjudicación de los derechos. Esta no es la primera vez que la FEF pretende vender los derechos de transmisión del campeonato ecuatoriano. En el 2004 lo trató de hacer a través de la creación de un canal exclusivo, bajo la modalidad pague por ver. La propuesta no tuvo éxito debido a la oposición de los clubes más importantes del país, especialmente por cuestionamientos al proceso de adjudicación.

El **segundo** aspecto fundamental va a ser la modalidad en la que se repartan los ingresos generados. La FEF podría repartir la totalidad de los ingresos en partes iguales tal y como lo hace la liga de fútbol americano en Estados Unidos, o en función de unos criterios preestablecidos, al igual que la mayoría de las ligas de fútbol. Los equipos pequeños van a favorecer la primera modalidad, bajo la premisa de que les permitiría mejorar su competitividad, mientras que los equipos grandes apoyarán la segunda opción, bajo la premisa de que ellos son los que mayor audiencia atraen y además los que mayores riesgos y responsabilidades asumen. Mientras mayor sea el subsidio cruzado de los equipos grandes hacia los más pequeños, mayor será el balance competitivo del campeonato (lo cual no necesariamente implica calidad o interés), pero menor la competitividad de los clubes ecuatorianos en copas internacionales, ya que su gasto relativo frente a los clubes extranjeros será inferior.

Tercero, la negociación entre las partes debe ser justa equilibrada y tomar el tiempo necesario, respetando la libre voluntad de los equipos que son los únicos dueños de los derechos a negociarse.

Sin embargo vale señalar que el eventual atractivo de una negociación colectiva, no quiere decir que tenga que ser manejada por la FEF. En efecto esta última representa a un sinnúmero de provincias y de clubs que en su mayoría poco tienen que ver con el fútbol profesional y en consecuencia con la generación de ingresos televisivos. Su objetivo es pues la repartición y el subsidio cruzado, que entre otras cosas le otorga más poder como estructura

⁴ El caso del jugador belga Jean-Marc Bosman en 1995 contribuyó en gran medida a la libre movilidad de los jugadores, ya que a partir de entonces el Tribunal Europeo de Justicia resolvió que un equipo no tiene derecho a cobrar una *fee* por el traspaso de un jugador una vez que su contrato haya expirado.

⁵ Kuper y Szymanski (177: 2009)

monopólica (eventuales subsidios deben venir de otros fondos de la FEF, y no de una operación comercial).

Para optimizar la modalidad de reparto de los ingresos de la TV vale tomar referencias de otras ligas:

1) En Alemania, considerada una de las ligas con una de las distribuciones más igualitarias (pero con un decreciente éxito internacional de los clubs alemanes), los ingresos se reparten en función del ranking actual y del ranking promedio de los equipos en los últimos cinco años, más una bonificación en caso de haber ganado el título el año pasado o de tener jugadores convocados a la selección nacional.

2) En Inglaterra, el 40% de los ingresos se reparte proporcionalmente entre todos los equipos, el 30% en función del desempeño pasado, y el 30% restante en función de la cantidad de hinchas.

3) La distribución en Italia es similar a la de Inglaterra: 40% en partes iguales, 30% por desempeño deportivo (10% desempeño histórico, 15% desempeño de los últimos 5 años y 5% por resultados del año pasado), y el 30% restante en función de la hinchada (25% por el número de aficionados y 5% según el número de habitantes de la ciudad).

Vale mencionar que, dada la dinámica de la industria del fútbol profesional, un incremento en los ingresos de los clubes va a tener un impacto sobre los sueldos y el valor de los traspasos de los jugadores, sin que la calidad del fútbol ecuatoriano necesariamente mejore. La dotación de talento en el país es relativamente fija, y la participación de los extranjeros se limita a cuatro jugadores por equipo. Una mayor cantidad de recursos les va permitir a los equipos elevar sus ofertas para poder atraer a los jugadores más talentosos, generando inflación. Por tanto los beneficios de contar con mayores ingresos pueden ser mermados por un incremento en los gastos. Además, si todos los equipos incrementan sus gastos en la misma proporción, el gasto relativo de los clubes se mantendrá igual, y ningún equipo va a lograr una ventaja competitiva.

En caso de ser bien administrada, la venta colectiva de los derechos de televisión del fútbol ecuatoriano puede ser beneficiosa, ya que un incremento en los ingresos de los clubes podría mejorar la competitividad del fútbol de nuestro país. Por ejemplo, si es que parte del incremento en los ingresos se destina a las divisiones formativas, la dotación de talento puede aumentar, mejorando la competitividad. Así mismo, la calidad del fútbol en el país puede mejorar si es que parte de los ingresos se asignan a mejorar la infraestructura deportiva. El estado actual de varios complejos, estadios y canchas no es el ideal para la práctica profesional de este deporte. **La modalidad para viabilizar la venta colectiva podría ser a través de la creación de una organización de clubes autónoma e independiente de la FEF, que represente únicamente los intereses de los equipos ...** otro pregunta importante a discutir, teniendo en cuenta que el fútbol forma parte de la cultura popular, es: ¿se debería evitar restringir el acceso a través de la modalidad pague por ver, ya que no todos disponen de los recursos necesarios para adquirirlo? ... pero ese es otro tema.

Bibliografía

Avgerinou, Vassiliki (2007). "The economics of professional team sports: content, trends, and future development" *Sports Management International Journal* 3 (1), 6-18.

Deloitte (2011). "Annual Review of Football Finance".

Dobson, Stephen and John Goddard (2001). *The Economics of Football*. Cambridge, UK: Cambridge University Press

Heinemann, Klaus (1998). *Introducción a la economía del deporte*. Buenos Aires: Editorial Paidotribo

Kuper, Simon and Stefan Szymanski (2009). *Why England Lose*. London, UK: HarperCollinsPublisher

Lucio Paredes Pablo (2006), Fútbol y economía: dos fuerzas del mundo moderno en "Mete Gol ... Gana - Fútbol y Economía" Pablo Samaniego Ponce / Biblioteca del Fútbol Ecuatoriano, Ed. Fernando Carrión, Flacso

Neale, Walter (1964). "The peculiar economics of professional sports" *The Quarterly Journal of Economics* 78 (1), 1-14.

Rioseco, Juan Pablo (2011). "Los dueños de la pelota: El negocio del fútbol en Chile". *América Economía*. 3 de enero.

Roggiero, Luis (2012). El negocio no es redondo: determinantes del desempeño deportivo y financiero de los equipos de fútbol profesional en Ecuador. *Disertación de Maestría*. FLACSO- Ecuador.

Rottemberg, Simon (1956). "The baseball player's labor market" *The Journal of Political Economy* 68 (3), 242-258.

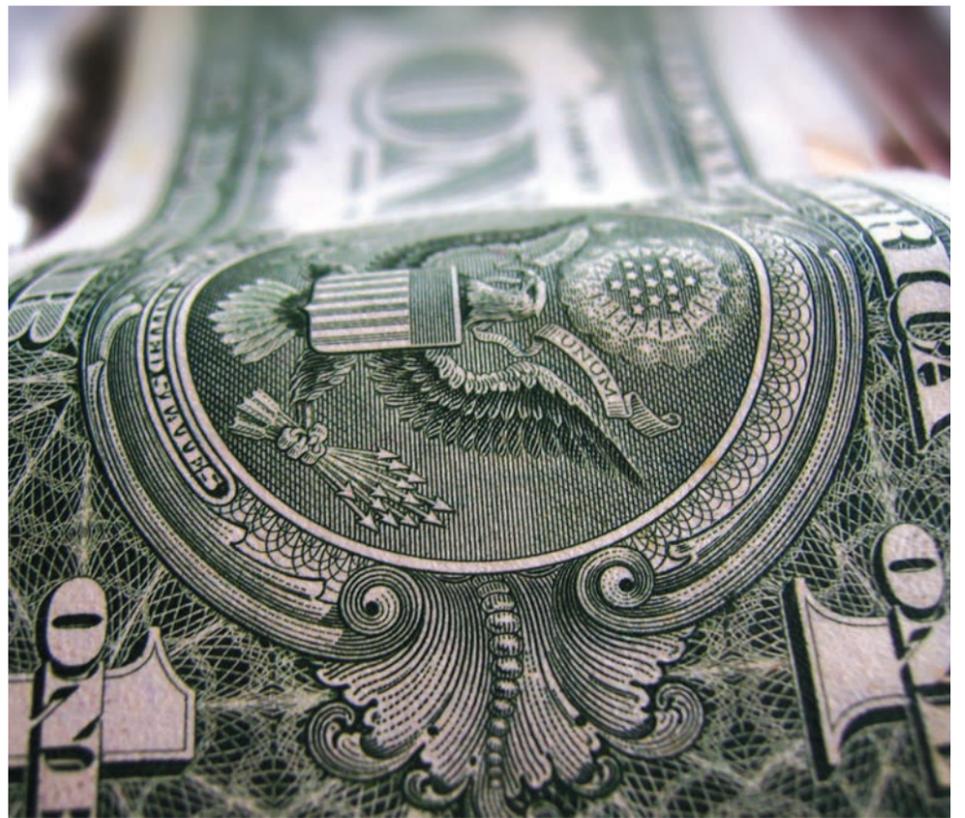
Sloane, J. Peter (1971). "The economics of professional football: The football club as a utility maximizer" *Scottish Journal of Political Economy*, 121-146.

Szymanski, Stefan y Andrew Zimbalist (2005). *National Pastime: How Americans play baseball and the rest of the world plays soccer*. Washington D.C.: The Brookings Institution.

TALLER DE ECONOMIA

¿Intervención Estatal o Libertad Individual?

José Antonio Espinosa
Estudiante de Cuarto Año de Economía



El profesor Kirzner identifica la actividad empresarial, como estar alerta a cambios en el sistema de mercado mediante las discrepancias de precios. Al actuar de esta manera el emprendedor obtiene sus ganancias, alertando a los otros miembros del mercado y haciendo que los planes de estos cambien para que puedan participar de estos ingresos. Por lo que el emprendedor es la base para obtener un desarrollo económico sustentable, ya que no depende de milagros naturales o de simples coincidencias sino más bien de un análisis personal que se perpetúa en el tiempo.

¿Por qué la intervención estatal ha sido la culpable del subdesarrollo? Para Mises la imposibilidad del cálculo económico debido a la falta o manipulación de precios en el mercado, evitaría el rol del emprendedor. Para Hoppe el socialismo socialdemócrata no tiene el problema del cercano socialismo marxista, en el "que no existen precios para los medios de producción y por ende ni el cálculo monetario ni la contabilidad son posibles, con mal asignaciones y desperdicio de recursos". Sin embargo, el problema más grave de este socialismo tiene que ver con su ideal de igualdad de oportunidades. Para que esta supuesta igualdad de oportunidades se dé, el único mecanismo político-económico que existe para "igualar" las condiciones, y lograr la redistribución de ingresos monetarios, son la implementación de impuestos a los ingresos o a las ventas. Así, aunque cuantitativamente sea pequeño, el quitar

una parte de los ingresos de los productores (mediante impuestos) y darles a las personas que no produjeron, los costos de producción aumenta. Esto, lógicamente desincentiva cualquier esfuerzo de producción y de creación de riqueza, ya que vuelve más caro (en términos de producción y de coste de oportunidad) cualquier acción de producción. Inversamente, el costo del ocio disminuye ya que de cierta forma las personas no-productoras se benefician de los productores.

Murray Rothbard en su obra "Egalitarianism as a revolt against Human Nature" enuncia que el igualitarismo parte del axioma de que todos los individuos, y por lo tanto todos los grupos sociales, son uniformes e iguales, concluyendo que cualquier diferencia entre grupos en términos de estatus, prestigio o autoridad en una sociedad deben ser el resultado de la injusta "opresión" e irracional "discriminación". En este sentido, el ideal igualitario se va en contra de la naturaleza misma del ser humano negando la diferenciación biológica de todo individuo, y busca que los seres humanos sean todos iguales, que tengan iguales niveles de motivación, experiencia, intereses, deseos, educación, etc. En conclusión, la intervención estatal ha logrado irse en contra de la naturaleza humana con discursos políticos que se han sabido vender, ocasionando lamentablemente una disminución del crecimiento económico y una peor calidad de vida que la que tuviéramos en una sociedad libre.